

“UNIVERSIDAD EMILIANO ZAPATA”

OBJETIVO DE LA MATERIA	El alumno Integrara los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de su Carrera a través de un análisis administrativo en el cual combatirá las anomalías en las distintas áreas de las organizaciones, utilizando el diseño de estrategias concretas que le puedan permitir desempeñarse como asesor o consultor empresarial.
-------------------------------	---

INGENIERIA EN		INGENIERIA EN DISEÑO INDUSTRIAL E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA					
MATERIA		Seminario de Consultoría		LINEA CURRICULAR		GENERAL	
TETRAMESTRE		SEPTIMO	CLAVE	IGE-106	SERIACION		
HFD	3	HEI	3	THS	6	CREDITOS	5

UNIDAD TEMATICA	OBJETIVO DE LA UNIDAD	CONTENIDOS	RECURSOS BIBLIOGRAFICOS
1. LA ASESORÍA ADMINISTRATIVA.	1. El alumno analizará las estrategias empresariales, a fin de fortalecer o mejorar tanto los procesos operativos como el clima laboral de una organización	1.1. La asesoría administrativa. -Departamentos que forman una Agencia de Relaciones Públicas. - Funciones de una Agencia de Relaciones Públicas. - Clasificación de Agencias. Ventajas y Desventajas. - Figuras Jurídicas en que se puede registrar de acuerdo al Código de Comercio Vigente.	KOONT'Z, Harold y Heins, Welherichz. Elementos de administración. 9ª. Mc Graw Hill. México, 2010. KOONT'Z, Harold. Administración una perspectiva global. 12ª. Mc Graw Hill. México, 2010.Reimpresión.
	2. EL ADMINISTRADOR COMO CONSULTOR.	2. El alumno desarrollará y aplicará en el campo profesional las funciones del consultor en las organizaciones.	2.2. El administrador como consultor. - Características del Consultor en Relaciones Públicas. - Ventajas y Desventajas. -Requisitos que debe cubrir un consultor. - Formas de Iniciar una Consultoría. - Diferencias con una Agencia de Relaciones Públicas.

<p>3.- TEORÍA Y METODOLOGÍA PARA LA PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DEL DIAGNOSTICO ADMINISTRATIVO.</p>	<p>3.- El alumno analizará los diagnósticos administrativos con las herramientas metodológicas para la planeación de la investigación.</p>	<p>3.3. Planeación de la investigación en el diagnóstico administrativo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estructura de una Agencia de Relaciones Públicas. - Atención a Clientes. - Administración. - Crisis. - Gobierno. - Cabildeo. - Por Rubros Industriales y / o Empresariales. 	<p>HOLTZ, Shel, “Public Relations on the net”, AMACOM, 2007.</p> <p>FLORES Gómez, Fernando; “Nociones de Derecho Positivo Mexicano”, Editorial Porrúa, México, reimpresión 2007.</p> <p>KOONTZ, Harold. Administración una perspectiva global. 12ª. Mc Graw Hill. México, 2010.Reimpresión.</p>
<p>4. LA EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN EN LA TEORÍA Y METODOLOGÍA PARA EL DIAGNÓSTICO ADMINISTRATIVO.</p>	<p>4. El alumno diferenciará las herramientas metodológicas para la ejecución de un proyecto de investigación, con el propósito de elaborar diagnósticos administrativos.</p>	<p>4.4.- Fundamentos teóricos y metodológicos para la ejecución de la investigación en el diagnóstico administrativo.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Definición de contrato. - Clases de Contratos. - Elementos que lo componen. - Requisitos que deben cubrirse. - Formas de cobranza 	<p>CHIAVENATO, Idalberto. Gestión del talento humano, un nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones. Bogotá, McGraw Hill. México, 2008.</p> <p>TRUITT, Richard H, “Strategic Public Relation Counseling”; Edit. University</p> <p>HOLTZ, Shel, “Public Relations on the net”, AMACOM, 2007.</p>
<p>5. FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS PARA LA PRESENTACIÓN DEL DIAGNÓSTICO ADMINISTRATIVO.</p>	<p>5. El alumno analizará los documentos que presenten diagnósticos administrativos concisos, así como la información y observaciones que permitan la eficiente toma de decisiones, con el propósito de aclarar los procesos organizacionales en las diferentes áreas de la empresa</p>	<p>5.5. Fundamentos teóricos y metodológicos para la presentación del diagnóstico administrativo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formas de promoción y publicidad - Diferencias entre promoción y publicidad - La selección del medio - El presupuesto de inversión publicitario 	

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:-

- Exposición por parte del profesor
- Discusiones facilitadas por el instructor
- Trabajo individual o grupal por parte de los estudiantes.
- Análisis de casos
- Construcción de mapas conceptuales que reafirmen la importancia de los elementos teóricos básicos.
- Exposición de los temas a través de ejercicios teóricos y de aplicación seleccionados como base de aprendizaje
- Solución dirigida de ejercicios teóricos y de aplicación.
- Solución de ejercicios en forma individual y en equipo
- Solución a ejercicios asignados de tarea.
- Investigación de conceptos básicos y aplicaciones.
- Resolución de ejercicios teóricos y de aplicación a distintas áreas, en forma individual y grupal
- Trabajo realizado en el aula.
- Examen.

RECURSOS DIDÁCTICOS: Pizarrón, infocus, laptop.

EVALUACIÓN: Tres evaluaciones (Parcial al finalizar el mes) que equivalen al 25%, cada una, de la evaluaciones; Exámenes Rápidos que equivalen al 10% de la evaluación final y los Trabajos Individual y en Equipo que equivalen al 15% de la evaluación final cada uno.